

УДК 141

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКА РЕФЛЕКСІЯ ФЕНОМЕНУ МЕДІАКУЛЬТУРИ ТА МЕДІАОСВІТИ

К.О.Стецюра*студентка факультету соціології і права
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

Стаття присвячена дослідженню місця і ролі культури та медіакультури зокрема в інформаційному суспільстві. Розглядаються проблеми застосування технічних засобів у мистецтві, розкривається питання багатовимірності реальності масмедіа та аналізується використання технологій як способу розширення можливостей людини. Окреслюються основні аспекти медіаосвіти як нової форми просвітництва XXI століття.

Ключові слова: інформаційне суспільство, культура, медіа, медіакультура, масмедіа, реальність масмедіа, медіаосвіта, медіаграмотність.

В останній чверті XX в. людство вступило в нову стадію свого розвитку – в епоху інформаційного суспільства з усіма його досягненнями, протиріччями й конфліктами. Швидкий перехід від індустріальної до постіндустріальної цивілізації обумовлений науково-технічною (а також і технологічною) революцією. Високі технології дозволили зробити виробництво масовим, здатним задовольнити матеріальні потреби переважної більшості членів суспільства. Масове споживання й засоби масової інформації (телебачення, комп'ютерні системи, супутниковий зв'язок, радіо, преса) з'єднують і об'єднують людей. Зміни, які відбулись в економічній, технічній і соціально-політичній сферах, обумовили сутнісні зрушення в культурі сучасного постіндустріального суспільства. Інформаційне суспільство радикально перетворює соціокультурний простір, посилюється інтерес до проблем культури. Комунікативну домінують постіндустріальних процесів і відносин визначає чинник медіакультури у якості щонайменше однієї з провідних умов соціополітичних, економічних та інших суспільних трансформацій.

Медіакультура потребує філософського аналізу, дослідження визначальних її смислів та аспектів функціонування. Вона виступає детермінантою формування суспільної свідомості, розвитку креативних начал людини та її самоактуалізації. Інтерес до дослідження її сутності викликаний, по-перше, зацікавленістю культурним феноменом новітніх технологій та оцінкою даного феномена західними культурологами, теоретиками, практиками та інтелектуалами; по-друге, медіакультура – це рефлексія вітчизняної спільноти на зміни, викликані швидкістю трансформацій в усталених комунікативних каналах, в традиційному культурному менталітеті.

Дослідження медіакультури, її специфіки та впливу на суспільство у XX ст. починали зарубіжні науковці Т.Адорно, Р.Анхейм, А.Базен, Р.Барт, Д.Белл, В.Беньямін, Ж.Бодріяр, Г.Полок, Ж.Дельоз, Ж.Дерріда, М.Маклюен, М.С.Жижек, Б.Гройс, Фуко, Г.Маркузе, Т.Дж. Мітчел, К.Силверман, Х.Ортега-і-Гассет, Ч.Пірс, Д.Соссюр, К.Леві-Стросс, Е.Тоффлер, Ю.Кристева, П.Лазарсфельд, У.Шрам, У.Рі-верс, А. Мольт, М. де Флюер, Н.Луман, М.Хоркхаймера.

Метою даної статті є аналіз основних соціально-філософських концепцій дослідження феномена медіакультури та медіаосвіти як способу її осягнення. Визначена мета досягається постановкою та вирішенням наступних завдань:

- 1) розкрити роль культурної сфери у XX-XXI ст. та охарактеризувати її комунікативну складову;
- 2) визначити найбільш суттєві аспекти/характеристики медіа культури;
- 3) виявити значення репродукційної техніки у становленні сучасної культури та мистецтва;
- 4) визначити специфіку конструювання реальності масмедіа;
- 5) розкрити сутність та роль розширення здібностей/ можливостей людини в інформаційному суспільстві;
- 6) виявити місце та значення медіаосвіти як елементу сучасного соціокультурного простору.

За останні роки також змінилося ставлення до культури, відбулося визнання її важливості та ролі в сучасному суспільстві в якості одного з пріоритетних ресурсів соціально-економічного розвитку. При цьому культура виступає не тільки як духовний досвід людства, але і як особлива реальність, плідна і тво-

рча, що закладає підґрунтя істинно людського існування, що дозволяє зберегти цінності й форми цивілізованого життя.

Поняття "культура" вживається сьогодні в безлічі значень. Однак серед цього різноманіття дефініцій вирізняються певні подібні визначення та споріднені думки. Причина такої багатоманітності визначень, на думку П.С. Гуревича "Насамперед у тому, що культура виражає глибину й безмежність людського буття. У тій мірі, у якій невичерпна і різнолика людина, багатогранна й культура. Кожен дослідник звертає увагу на одну з її сторін. Крім того, культуру вивчають не тільки культурологи, але й філософи, соціологи, історики, антропологи... Звичайно ж, кожен з них підходить до вивчення культури зі своїми методами й способами" [3, 19].

Культура (від лат. "cultura" – оброблення, вирощування) – це „друга природа”, це явище соціальне, суспільне. Культура – це справа рук людини, у ній вона шукає своє відображення, у ній вона пізнає себе, тільки в цьому критичному дзеркалі вона може побачити своє обличчя. Категорія культури позначає створену людьми сферу існування і самореалізації, джерело регулювання соціальної взаємодії та поведінки. Виходячи з такого розуміння культури, всі взаємодії у ній постають як комунікаційні відносини. Культурна комунікація, як і будь-яка інша, має свою структуру: наявність відправника повідомлення, власне повідомлення, канал, по якому воно передається, та отримувач, який сприймає та запам'ятовує повідомлення. Це найпростіша модель, яка може бути доповнена іншими елементами та приймає конкретні форми залежно від історичної ситуації та обставин протікання. Всі дослідники сходяться на одному: історія комунікації знає ряд типів комунікації – від тактильного та усного через письмовий і друкований до аудіовізуального.

Кожна епоха породжує нові домінуючі форми культури, які б змогли найбільше задовольнити потребу людини у спілкуванні та вираженні емоцій через творчість; вони мають формувати і водночас відповідати рівню комунікації, взаєморозуміння та консолідації членів суспільства. Такою домінуючою формою культури сучасного суспільства є медіакультура. Сам термін „медіакультура” народжується у рамках сучасних культурологічних теорій, він вводиться для позначення особливого способу буття культури інформаційного суспільства. Медіа (від лат. "media", "medium" – засіб, посередник) розуміється як сукупність технологічних засобів та прийомів, які слугують для передачі конкретному споживачу інформаційного повідомлення у тому чи іншому вигляді; це культурні форми, що з'єднують технологію,

інститути, і соціокультурні значення, які вибудовуються навколо них. Таким чином, медіакультуру можна визначити як сукупність матеріальних і духовних цінностей, культурних кодів, способів їх виробництва, зберігання та передачі у сучасному інформаційному суспільстві, а також культурні тексти, форми та практики, пов'язані з медіа.

Вальтер Беньямін є однією із ключових фігур у теорії мистецтва, він ще у середині 1930-х рр. одним із перших переосмислює значення застосування технічних засобів для художньої культури, визначив сутність проблем, що пов'язані з тенденціями розвитку мистецтва в умовах виробничих відносин постіндустріального (інформаційного) суспільства. Переосмислюючи поняття теорії мистецтва, він створює відповідну сучасним культурним трансформаціям концептуальну мову. Вся його теорія побудована навколо проблеми технічного репродукування творів мистецтва, яке набуває все більшого історичного значення. На думку В.Беняміна, на рубежі XIX і XX століть „...засоби технічної репродукції досягли рівня, знаходячись на якому вони не лише почали перетворювати у свій об'єкт сукупність наявних творів мистецтва і найсерйознішим чином змінювати їх вплив на публіку, але й зайняли самостійне місце серед видів художньої діяльності” [2, 2]. Репродукційна техніка (термін В.Беняміна) дозволяє тиражувати репродукований предмет, з її допомогою відбувається заміщення унікального прояву твору мистецтва масовим, втрачається його історична цінність та авторитет. Те, що при цьому зникає, може бути сумоване за допомогою поняття аури. Аура розуміється як „унікальне відчуття далечини, наскільки б близький при цьому предмет не був...як вираз культового значення твору мистецтва у категоріях просторово-часового сприйняття” [2, 4]. Крім того, йдеться про втрату меж між копією та оригіналом, обезцінення таких понять, як творчість та геніальність, вічна цінність та таїна мистецтва.

Всі ці трансформації пов'язані з тим, що зміна засобів, якими забезпечується чуттєве сприйняття людини, зумовлює зміну сприйняття загалом, в ньому відбиваються суспільні перетворення часу. Зростання значення має у сучасному житті, в рамках нової форми культури характеризується пристрасним бажанням „наблизити” до себе речі як у просторовому, так і людському відношенні, та тенденціями подолання унікальності будь-якої даності через прийняття її репродукції. Культове значення замінюється експозиційними можливостями. Таким чином, у той момент, коли мірило автентичності перестає працювати у процесі створення творів мистецтва, перетворюється і вся соціальна функція мистецтва.

Важливо висвітлити і позицію відомого німецького соціолога-теоретика Нікласа Лумана (1927-1998) "Реальність масмедіа". Робота виконана в рамках загальної теорії соціальних систем Лумана і є одним із цікавих сучасних досліджень медіакультури, виконаних у традиціях системно-функціонального підходу. З точки зору дослідника, феномен ЗМК є одним із результатів процесу функціональної диференціації сучасного суспільства. Це визначається тією обставиною, що сучасне суспільство має деякі стабілізуючі функціональні механізми, що діють на регулярній основі. Масмедіа і є одним із них. За Луманом, під «масмедіа» розуміються «всі суспільні інститути, які використовують для поширення повідомлень технічні засоби» [7]. Тут технологія розповсюдження відіграє приблизно ту ж роль, що й гроші в економіці.

Описуючи медіа як соціальну систему, Луман виділяє два аспекти медіа реальності. По-перше, це "реальна реальність" масмедіа - широкий комплекс дій, поза якими сучасна масова комунікація неможлива. Наприклад, тиражування, розповсюдження, читання, перегляд, але сюди не включається власне засоби, техніка або матеріальна частина медіа. Інакше кажучи, "реальна реальність" масмедіа – це власне комунікації, які здійснюються усередині них і через них. По-друге, реальністю медіа є те, що представляється за допомогою ЗМК. З погляду автора, масмедіа є не послідовністю операцій, а є послідовністю спостережень (або операцій, що спостерігають). Луман указує, що масмедіа продукує "трансцендентну ілюзію". Спираючись на поняття комунікації в аутопоезних системах, автором виділяється два рівні спостережень, які здійснюють ЗМК. Спостереження першого рівня передбачає роботу з фактами. Спостереження другого рівня передбачає "спостереження за спостерігачем". Медіа регулярно повідомляють про що-небудь або про себе самих. Те, що доводиться спостерігати ЗМК, є "подвоєнням" реальності. Інакше кажучи, система масмедіа сама забезпечує картину "вторинної реальності". У цій якості масмедіа розділяють, диференціюють, забезпечують віднесення до себе самого або до інших. В остаточному підсумку, масмедіа конструює реальність, відмінну від реальності своєї власної.

У зв'язку з цим ще раз нагадаємо вихідні ідеї даної концепції. Масмедіа як система спостереження змушені обирати між посиленням на себе й на інших. Фактично, медіа змушені конструювати реальність, відмінну від об'єктивно існуючої. Операціоністський конструктивізм, позиції якого поділяє Луман, не заперечує наявності реальності. Разом з тим, у концепції передбачається, що реальність є

не об'єктом як таким, а якимось "горизонтом" у феноменологічному смислі. Інакше кажучи, реальність є недосяжною. Звідси, згідно Луману, немає іншої можливості крім як конструювати реальність і спостерігати за спостерігачами, за тим, як створюється реальність.

Одним із перших медіатеоретиків вважається канадський учений та публіцист Маршал Маклюєн. Йому відводиться місце "великого провидця, який, незважаючи на надмірну пристрасть до гіпербол, революціонував мислення в сфері комунікацій" [5, 316].

Якщо для Маркса не було іншого двигуна історії, крім зміни продуктивних сил та виробничих відносин, то Маклюєн розгледів інший "рушій": зміну технологій, яку, у свою чергу, спричиняє зміна способу комунікації. Духовний і матеріальний прогрес людства визначають не знаряддя праці або освоєння природи, не економіка, політика або культура, а технологія соціальної комунікації, тобто комунікаційні канали. Саме їх дослідженню Маршал Маклюєн присвятив свої роботи, також він дослідив повсякденне життя людини в інформаційному суспільстві, світі, створеному новітніми засобами масової інформації, він одним із перших ввів термін „медіа” для позначення ЗМІ.

У роботах Маклюєна прослідковуються три основні теми. Перша присвячена розгляду концепції мистецтва як процесу пізнання, що має відношення до символічних засобів, які присутні в різному візуальному представленні - від творів мистецтва до реклами. Друга тема пов'язана з використанням технологій як способу розширення можливостей людини; її суть полягає в тому, що зміст будь-якого послання неминуче зазнає на собі вплив технології, використаної для його поширення. Третя тема визначається переконаністю Маклюєна в тому, що процес людського розвитку пройшов через три епохи, примітивну, писемну й індустріальну, або "типографську", і ввійшов у четверту – технологічну(електронну).

Медіа – це не тільки ЗМІ, як часто вважається. Сюди включаються різні речі, такі як електричне світло, усне мовлення, лист, дороги, числа, одяг, житло, місто, гроші, годинник, преса, комікс, книга, реклама, колесо, транспортні засоби (велосипед, автомобіль, літак), автоматичне устаткування, фотографія, ігри, преса, телеграф, друкарська машинка, телефон, фонограф, кіно, радіо, телебачення, зброя й багато чого іншого. Об'єднує все це різноманіття те, що це "технології", або "посередники", впровадження яких вносять істотні зміни в комунікацію людини з навколишнім світом (як природним, так і соціальним) і реорганізує його спосіб світосприймання й спосіб життя [8].

Ці "засоби" розглядаються Маклюеном як зовнішні розширення людини, як безпосередні технічні продовження його тіла, органів почуттів і здібностей. Будучи такими розширеннями, вони в остаточному підсумку відокремлюються від людини й знаходять владу над ним. Це відокремлення "засобів" від людини метафорично описується Маклюеном як "ампутація": розвиток технологічної інфраструктури людського тіла (а потім і людських колективів) супроводжується послідовною "ампутацією" усіляких людських здібностей. Розвиток електронних засобів інтерпретується в цьому плані як фінальна "ампутація" людської свідомості. Здібності людини виносяться за межі людини, здобувають власну (далеку від людської) логіку й нав'язують цю логіку людині, хоче вона того чи ні. Перед обличчям цієї відчуженої технологічної інфраструктури людина виявляється слабкою й залежною істотою, яку, однак, рятує те, що вона не усвідомлює того, що з нею відбувається: вона радіє широким можливостям, які йому надає ця технологічна машинерія і з оптимізмом втрачає самого себе, як Нарцис, паралізований своїм відображенням у воді. Метафора Нарциса, зануреного в наркотичне сп'яніння власної зовнішньої сутності, – центральна для праці Маклюена [6, 25].

Також варто зазначити, що Маклюен прославився тим, що ввів метафору – "глобальне село" – вона описує світ в епоху телебачення, коли відстані на планеті зменшились остаточно й відгомони із усіх її куточків стали миттєво доноситися до інших країн. Він говорив про появу всесвітньої нервової системи, "що розширила" людину настільки, що сформувався єдиний планетарний організм.

Медіакультура визначає інформаційно-комунікативну домінуючу постіндустріальних процесів та відносин, виступає провідною умовою соціальнополітичних, економічних та інших цивілізаційних трансформацій, що знаменують становлення інформаційного суспільства. Медіакультура визначає буття культури інформаційного суспільства, постає як спосіб освоєння дійсності за допомогою засобів масової комунікації і становить сукупність матеріальних та духовних цінностей, культурних значень та текстів, способів їх виробництва, зберігання та передачі у сучасній соціокультурній реальності.

Медіакультура вступає у взаємодію з іншими елементами соціокультурного простору, в тому числі й з системою освіти. Актуальною стала проблема підготовки молодого покоління до життя у медіатизованому суспільстві у режимі постійного діалогу із засобами масової інформації та комунікації, чого не може уникнути жодна людина. Відповідно

знання, навички та досвід користування ними у наш час відносяться до базових особистісних конструктів, що мають цілеспрямовано формуватись суб'єктами освіти та виховання, і в ідеалі здійснюватись таке навчання має засобами медіаосвіти та медіаграмотності.

Вклад у дослідження та розробку теорії медіаосвіти внесли такі зарубіжні дослідники як Л. Мастерман, Д. Кельнер, Дж. Кері, Д. Морлі та російські – О. Баранов, В. Возчиков, С.Зелінський, Н. Кірілова, І. Левшина, С. Пензін, Ю. Усов, І. Фтеєва, О.Федоров, Н. Хілько та ін.

В 1989 р. Рада Європи, керуючись документами ЮНЕСКО, прийняла "Резолюцію з медіаосвіти й нових технологій", де говориться: „Медіаосвіта повинна готувати людей до життя в демократичному громадянському суспільстві. Людям потрібно дати розуміння структури, механізмів і змісту медіа. Зокрема, людям потрібно розвивати здібності незалежного критичного судження про зміст медіа... Визнаючи вирішальну роль медіа як телевізійного, радіо, кінематографічного й іншого культурного досвіду дітей, медіаосвіта повинна починатися якомога раніше й тривати протягом всіх шкільних років" [1, 3].

У багатьох теоретиків і медіапедагогів спостерігається змішування понять „медіаосвіта” і „медіаграмотність”. Чималі різночитання можна знайти й у теоретичних підходах до „медіаосвіти”, до виділення його найбільш важливих цілей, завдань, способів впровадження в навчальний процес. Медіаграмотність (media literacy) допомагає учням або студентам спілкуватися з медіа під критичним кутом зору, з розумінням значимості медіа в суспільстві. Медіаграмотний учень/студент повинен бути здатний критично й свідомо оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію стосовно "поп-культури" і пручатися маніпуляціям [9, 58]. „Медіаграмотність” – це здатність освоювати, інтерпретувати, аналізувати й створювати медіа тексти... здатність використовувати, аналізувати, оцінювати й передавати повідомлення (messages) у різних формах” [6, 400].

Таким чином, медіакультура є необхідною умовою існування сучасного суспільства поряд з медіаосвітою, що виступає новою формою просвітництва ХХІ ст. Медіакультура є домінуючим способом буття початкового етапу становлення інформаційного суспільства; вона є проявом власне культури у просторі ЗМІ. Предметом філософського та культурологічного аналізу медіакультура стає у ХХ ст. В рамках цих досліджень народжується й нова течія у педагогічній та культурологічній теорії – проблематика медіаосвіти та медіаграмотнос-

ті. Сьогодні більшість дослідників сходяться на тому, що медіаосвіта (англ. media education) – це вивчення засобів масової комунікації - преси, телебачення й радіомовлення, кінематографа, Інтернету – як у рамках професійної підготовки працівників цієї сфери, так і як необхідне будь-якій сучасній людині освоєння існуючих інформаційних технологій, що формує медіаграмотність – розвинену здібність до сприйняття, аналізу, оцінки й ство-

рення медіатекстів, до розуміння соціокультурного й політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, використовуваних ними кодових і репрезентаційних систем. Медіаграмотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля ЗМІ, допомагає краще зрозуміти мову медіакультури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов О.А. Медиаобразование в школе и в вузе: Учеб. пособие. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2002. – 87 с.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Под. ред. Ю. А. Здравового. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.
3. Гуревич П.С. Философия культуры. – М.: Nota Bene, 2001. – 352 с.
4. Емельянов Ю.Н. Введение в культурантропологию. – СПб: Питер, 1992. – 252 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. Кириллова Н.В. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический Проект, 2005. – 448 с.
7. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Антоновского. – <http://www.strana-oz.ru/?article=621&numid=13>
8. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения чело века / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
9. Медиаобразование: концепции и перспективы: Материалы для дискуссии / Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. – СПб.: Речь, 2006. – 152 с.

Стаття надійшла до редакції 27.05.2009 р.

